



**ACE Youth**  
Arts and Creative Entrepreneurship

# IO2 ACE Youth Pedagoginių įrankių rinkinys

kūrybiniam sektoriui ir jaunimo tarpusavio  
mentorystei



Co-funded by the  
Erasmus+ Programme  
of the European Union

**2020-3-TR01-KA205-097137**

# Įvadas

Iki 2020, kultūrinis ir kūrybingasis sektoriai reiškė augimą ir kūrė darbą, ypač jaunų žmonių tarpe. Kartu tai stiprino ir socialinį, bei bendruomenės ryšį. Kūrybingasis sektorius kuria inovacijas, veikia kaip pokyčių katalizatorius, bei stimuliuoja išradimus ir progresą tarp įvairių kultūrinių ir ekonominių sričių. Būdamas vienu svarbiausių kultūrinės įvairovės skatintojų Europoje, kultūrinis sektorius susideda iš labai modernių kompanijų ir buvo įvertintas.

Tačiau, kartu su turizmu kultūriniai ir kūrybiniai sektoriai buvo labiausiai paveikti Covid-19 pandemijos. Lokacija suvaržyti sektoriai (pasirodymų, gyvos muzikos, festivalių, kino teatrų ir t.t.) buvo labiausiai paveikti dėl privalomojo socialinio atstumo užtikrinimo. Dėl staigaus pajamų sumažėjimo iškilo pavojus ir finansiniam tvarumui. Ši rizika privertė prarasti darbus darbuotojams.

Projektas "Ace Youth" pasitarnaus šiam sektoriui, kuriam gresia didžiausias pavojus, kuriant ir dalijantis priemonėmis ir medžiaga, kad būtų galima pasiūlyti verslumo kompetencijų ir atsparumo mokymus labiausiai nukentėjusiems, jauniems žmonėms.

Mentorystė gali būti svarbi remiant pradedančiuosius jaunosius verslininkus, todėl siūlome į projekto medžiagą įtraukti skirtingų kartų mentorystę. Taip pat plačiai pripažįstama, kad visoje Europoje trūksta tikslinėms grupėms skirtų nuoseklių verslumo ugdymo iniciatyvų, todėl dabar yra puikus metas sujungti verslumo mokymą su atsparumo ugdymu kultūros ir kūrybos sektoriuose dirbantiems jaunuoliams.

Projektas yra išskirstytas į 3 dalis:

IO1 ACE Youth - Kūrybinio sektoriaus verslumo mokymo programa

**IO2 ACE Youth - Pedagogijos įrankių rinkinys kūrybiniam sektoriui ir jaunų bendraamžių mentoriams**

IO3 - ACE Youth - MOOC Platforma

Tačiau, be materialios medžiagos, svarbiausias rezultatas bus naujas visų partnerių šalių ir verslo pasaulio suinteresuotųjų šalių bendradarbiavimo modelis.

Dar vienas pagrindinis projekto "ACE Youth" tikslas - pašalinti kliūtis, trukdančias verslumui ir verslo pradžia kultūros ir kūrybos sektoriuose.

Remdami iniciatyvius jaunuolius, kad jie pakankamai anksti apsvarstyto galimybes tapti verslininkais, siekiame, kad ši konkreti galimybė būtų tokia pat svarbi kaip ir darbas dėl karjeros.

Pagrindiniai projekto naudos gavėjai bus jauni žmonės. Jie iš vyresniųjų mentorių, mokymo medžiagos ir bendravimo su kitais, susiduriančiais su tais pačiais "tai, ką mėgsti daryti" iššūkiais, gautą informaciją galės paversti prasminga įmone. Taip pat bus tenkinami jaunimo vadovų poreikiai, jie galės susipažinti su naujais metodais, kaip padėti jauniems žmonėms išnaudoti visą savo kūrybinį potencialą.

Taip pat siekiame skatinti palankesnę visuomenės požiūrį į kūrybinį verslumą. Svarbiausia mažinti verslininkų nesėkmės stigmą ir propaguoti verslumo įgūdžius kaip vertingus gyvenimo įgūdžius.

Projekto "Ace Youth" koncepcijos esmė - moksliniai tyrimai ir inovacijos. Žinome, kad tendencijos keičiasi, o tai, kas buvo modernu vos prieš kelerius metus, dabar dažnai nebeveikia. Norėdami būti išties novatoriški, turime fiksuoti dabartines tendencijas, ypač dabartinėmis Covid-19 sąlygomis, kad jaunieji projekto naudos gavėjai gautų prasmingus mokymus, naudingus patarimus ir kūrybiškas gaires.

IO2 ACE jaunimo pedagogikos kūrybinio sektoriaus priemonių rinkinys, skirtas mentoriams. Konkrečiai orientuotas į esamus įmonių savininkus, kuriems tenka svarbus vaidmuo remiant pradedančiuosius verslininkus, kad jie galėtų pradėti savo verslą. Pasitelkus įsitraukimo ir mentorystės modelį, jaunuoliams bus suteikta trumpalaikė galimybė iš arti susipažinti su smulkiojo verslo savininkais, kasdieniais verslo valdymo iššūkiais, reikalingais įvairiais įgūdžiais ir skirtingais vaidmenimis, kuriuos kasdien turi atlikti vyresnieji verslų savininkai. Jie pasinaudos čia pateiktomis priemonėmis, kad iš jaunųjų verslininkų išgautų geriausius rezultatus ir suteiktų verslui pranašumą.

IO2 ACE jaunimo pedagogikos priemonių rinkinys, skirtas kūrybinio sektoriaus ir jaunesiems mentoriams bei kitos pagalbinės medžiagos padės besimokantiejiems nustatyti asmeninius ir tarpasmeninius įgūdžius, kurių jiems gali prireikti norint suprasti verslininko gyvenimą ir galimybę realiai susipažinti su pasaulio kūrybinės industrijos pasauliu.

## Prisidėję partneriai

Tosya Belediyesi – Turkija

Associazione "Submeet - incontrarsi per crescere" – Italija

Vita Education - Jungtinė Karalystė

VsI Ziniu kodas – Lietuva

Teach Solais – Airija

DRUZHESTVO ZNANIE – Bulgarija

Academia Postal 3 Vigo S.L. – Ispanija



# Pedagogikos priemonių rinkinys kūrybiniam sektoriui ir jauniems mentoriams - moduliai ir turinys

|  |           |
|--|-----------|
| Santrauka  | <b>1</b>  |
| 1 dalis - Mentorstės metodai                           | <b>5</b>  |
| 2 dalis - Kūrybiški šiuolaikinių problemų sprendimai   | <b>16</b> |
| 3 dalis - Bendruomenės ir verslo ryšiai                | <b>26</b> |
| 4 dalis - Tvarus planavimas                            | <b>32</b> |
| 5 dalis - Rinkodara mentorystei                        | <b>40</b> |
| 6 dalis - Praktinis panardinimas ir mentorstės modelis | <b>45</b> |
| Apibendrinimas   | <b>54</b> |



# 1 dalis - Mokymo metodai



## Mentorius ir profesinės ribos

Mentoriui labai svarbu nustatyti ribas. Ribos mentoriaus vaidmenyje - tai aiškūs ir netiesioginiai būdai, kuriais užtikrinate, kad jūsų elgesys būtų etiškas, saugus ir tinkamas, ir kurie leidžia jums neperžengti mentoriaus vaidmens ribų. Be to, ribos yra tai, ką jūs, kaip mentorius, modeliuojate, todėl tai daugiau nei taisyklės, gairės ir ribos, kurias nustatote tarp savęs ir besimokančiojo. Jos yra ne tik procedūrinės, bet ir elgesio.

Ribų valdymas yra mentoriaus atsakomybė!

Štai keletas gairių, į kurias galite atsižvelgti nustatydami ribas:

- Ar galėtumėte nustatyti savo mentorystės santykių tikslus?
- Duokite asmeninius telefono numerius ir adresus tik tuo atveju, jei jaučiatės patogiai atskleisdami šią informaciją.
- Susilaikykite nuo pinigų skolinimo ar ko nors brangaus pirkimo savo besimokančiajam.
- Nustatykite pagrindines taisykles su savo besimokančiuoju. Laikykitės konfidencialumo.
- Atsižvelkite į savo besimokančiojo finansinius ir aplinkos apribojimus, jo religinę ir kultūrinę aplinką.
- Ar galėtumėte susitarti dėl tinkamo jūsų santykių nutraukimo būdo?

Kad mentorystės procesas būtų sėkmingas, reikia užmegzti pasitikėjimu grįstus santykius, dėl kurių kartais išsitrina ribos. Čia dalijamės keliomis dažniausiai pasitaikančiomis mentorių daromomis klaidomis:

**#1: vienpusių santykių kūrimas:** Kiekvienas mentoriaus ir besimokančiojo santykis turėtų būti abipusis. Mentorai turėtų jaustis remiami ir gebėti kontroliuoti savo asmeninius ir profesinius tikslus.

**#2: įsipareigojimo neapibrėžimas:** Be to, kad nustatytų galutinius tikslus, tiek mentorai, tiek globotiniai turi išsiaiškinti, kaip atrodo jų įsipareigojimas. Abi šalys turėtų nustatyti aiškius lūkesčius dėl susitikimų skaičiaus, kiekvieno užsiėmimo trukmės ir pan.

**#3: Tikslų nenustatymas:** Kaip ir bet kokioje kitoje veikloje ir verslo strategijoje, tiek mentorius, tiek mokinys turi suderinti savo asmeninės ir profesinės sėkmės suvokimą. Sukūrę santykių pagrindą, jie turėtų apibrėžti bendradarbiavimo tikslus.

**#4: kritiškumas, o ne konstruktyvumas:** Labai svarbu, kad mentorius neprisiimtų kritiko ir teisėjo vaidmens. Jo vaidmuo - teikti grįžtamąjį ryšį tik apie tą sritį, kurią jie iš anksto susitarė tobulinti.

**#5: lankstumo trūkumas:** Nors pradžioje susitariama dėl mentoriaus ir besimokančiojo vaidmenų, vis dėlto svarbu nepamiršti, kad žmonės yra unikalūs. Kiekvienas mentorius į santykius su besimokančiuoju įneša skirtingą energijos užtaisą ir suteikia jiems skirtingą skonį.

**#6: pažeistas pasitikėjimas:** Norint užtikrinti sėkmę, mentoriaus ir globotinio santykiai turi būti grindžiami pasitikėjimu. Pažeidus pasitikėjimą, atsiranda motyvacijos stoka ir regresija. Todėl kiekvienas mentorius turėtų sąmoningai puoselėti pasitikėjimą santykiuose.

Šaltiniai:

- <https://www.tenthousandcoffees.com/blog/top-10-mentoring-mistakes-to-avoid>
- <https://scottishmentoringnetwork.co.uk/assets/downloads/resources/AimhigherSuffolkMentorHandbook.pdf>
- <https://www.amandadudman.co.uk/blog/2018/10/22/mentoring-a-to-z-series-blog-managing-boundaries>





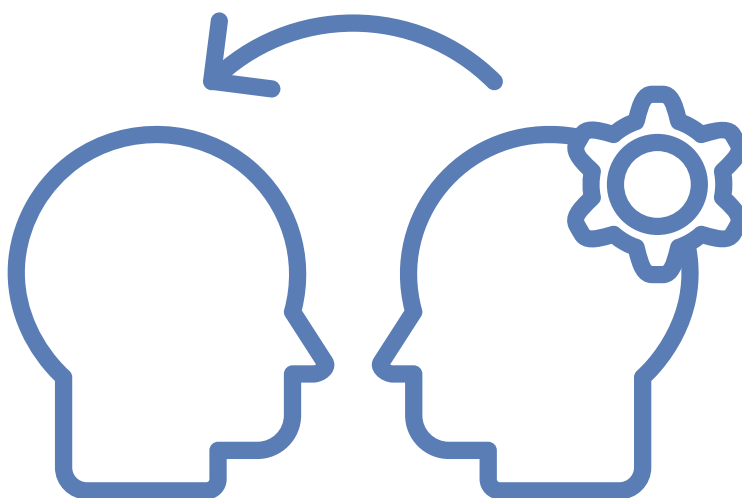
Mentoriai ir besimokantieji gali vadovautis šiomis gairėmis ir įsitraukti į mentorystės programą. Tai yra viena iš labiausiai naudojamų įmonių mentorystės programų darbo vietoje.

Struktūrizuota mentorystė gali vykti individualiai arba nedidelėje grupėje ir trukti bet kokią trukmę - nuo poros savaitių iki kelių mėnesių ar ilgiau. Viso šio proceso metu pora gali stebėti pažangą ir nustatytais laiko intervalais pranešti apie besimokančiojo tobulėjimą.

Skirtingai nuo nestructūruotų programų, kuriose laikomasi laisvo kritimo į mentorystę požiūrio, struktūrizuotose mentorystės programose daugiau dėmesio skiriama tam, kad per informavimo apie mentorystę užsiėmimus būtų gerai suprastos mentorystės vertybės ir nauda. Tai bus naudinga jums abiem!

Šaltiniai:

- [Structured Mentorship, Close to the Gap Foundation - Structured Mentorship | Close the Gap Foundation](#)
- [Structured vs Unstructured Mentoring? Now that is the question, Mowgli Mentoring organisation - Structured vs Unstructured Mentoring? Now that is the question | by Mowgli Mentoring | Medium](#)
- [Mentor Toolkit, The Ohio State University](#)



# Struktūrizuota mentorystė

Moduliuose apžvelgsime mentorystės ypatumus, skirtingus mentorių tipus, ribas, vertinimo metodus ir kokioje aplinkoje tai gali būti taikoma. Šiame modulyje apžvelgsime struktūrinės mentorystės ypatumus. Kad tai padarytume, pirmiausia turime atskirti struktūruotą ir nestruktūruotą mentorystę.

## Nestruktūrizuota mentorystė

Nestruktūrizuota mentorystė pasižymi nestruktūrizuotomis savybėmis. Kartais organizacijos nori taikyti neformalią mentorystę, kad padidintų įsitraukimą ir pagerintų asmeninius santykius bei tinklų kūrimą, o ne mokymosi ir tobulėjimo tikslą. Nestruktūrizuotai mentorystei netaikomos griežtos gairės dėl mentoriaus ir besimokančiojo porų. Mentorai ir besimokantieji patys nustato savo tempą ir tikslus.

Nestruktūrizuotos mentorystės programos taip pat turi tam tikrų privalumų; nesant struktūros, tvarkaraščio, darbotvarkės ar tikslų, yra daugiau lankstumo. Tai daug organiškiau ir natūraliau, o dalyviai jaučiasi taip, tarsi programa būtų skirta tik jiems, o ne įmonei.

Vienas iš nestruktūruotos mentorystės trūkumų yra tas, kad beveik tik su struktūra galima stebėti pažangą. Be to, nėra prasmės vykdyti mentorystės programą neįvertinus jos poveikio. Jūsų organizacijai reikės struktūrizuotos programos paramos, kad būtų galima stebėti mentorystės iniciatyvos poveikį, nustatyti, kas veikia ar neveikia, ir užtikrinti, kad būtų pasiekti dabartinių ir būsimų mentorystės programų tikslai.

## Struktūrizuota mentorystė

Struktūrizuota mentorystė - tai aktyvus būdas besimokančiam asmeniui skaityti, žiūrėti ar klausytis, kad sužinotų daugiau apie vystymosi tikslus, kurių jis siekia, ir tada kartu su mentoriumi pritaikyti šias teorijas realiems scenarijams. Mentorai ir besimokantieji parenkami pagal tam tikrus kriterijus. Jie informuojami apie ribas ir apmokomi apie tikslus ir programos lūkesčius.

## Mentorystės tipai

Prieš pradėdami kalbėti apie mentorystės modelius, paminėkime išskirtines mentoriaus savybes. Mentorius - tai patikimas patarėjas, teikiantis paramą žmogui, kuriam jos reikia (dar vadinamam "besimokančiuoju").

Kiekvieni mentorystės santykiai yra skirtingi - kai kurie trunka metų metus, o kai kurie - vieną pasimatymą prie kavos puodelio. Ilgalaikiai santykiai gali apimti suplanuotą mentorystės programą. Trumpalaikiai santykiai gali būti susiję su pagalba besimokančiajam asmeniui sprendžiant konkrečią problemą.

Visų rūšių mentorystė apima žmonių suartėjimą, kad jie užmegztų abipusiai naudingus santykius, per kuriuos galėtų mokytis ir augti. Organizacijos gali naudoti mentorystę įvairiems tikslams, pasirinkdamos skirtingus programų tipus įvairiems tikslams pasiekti.



Iššiamame modulyje pristatysime kelis mentorystės tipus, kurie jus įkvėps:

- **Individualus konsultavimas:** Tai populiariausias ir žinomiausias mentorystės tipas, kai vienas patyręs mentorius bendradarbiauja su vienu besimokančiuoju, kad pasiektų nustatytą tikslą.
- **Atvirkštinė mentorystė:** Jaunesnysis ekspertas tampa vyresniojo eksperto mentoriumi.
- **Group-Based Mentoring:** This type of mentoring is seen when several mentees are paired with one mentor. This is a good approach for short-term (situational) mentoring.
- **Grupės mentorystė:** Kartais grupinės mentorystės metu mentoriaus vaidmuo pasirodo esąs perteklinis. Susirinkę ekspertai gali padėti vieni kitiems bendradarbiaudami tarpusavyje, dalydamiesi įžvalgomis, patirtimi ir požiūriais.

## Mentorių tipai

Yra daug skirtingų mentorių ir mentorystės sesijų, kurių kiekvienas pasižymi savitais įgūdžiais ir metodais. Šiame skyriuje aptarsime tris pagrindinius mentorių tipus: karjeros mentorius, bendraamžių mentorius ir gyvenimo mentorius - visi jie gali būti jums naudingi.

- Karjeros mentoriai yra karjeros patarėjai ir advokatai. Jie padeda siekti karjeros tikslų ir padeda jiems karjeros pokyčių metu. Karjeros mentoriai paprastai yra vyresni už savo besimokančiuosiu toje pačioje įmonėje, tačiau jie gali dirbti ir kitur.
- Kolega mentorius paprastai siūlo mokymus darbo vietoje naujiems darbuotojams savo įmonėje. Tikslas - padėti įsitvirtinti naujose darbo vietose ir paspartinti mokymosi procesą. Bendraamžių mentoriai daugiausia dėmesio skiria darbo procedūrų ir darbo įgūdžių mokymui bei darbo išteklių siūlymui.
- Gyvenimo mentorius naudojasi savo ankstesne patirtimi, kad padrąsintų ir palaikytų savo auklėtinį.

Vienas iš geriausių būdų atrasti savyje mentorių - išnagrinėti anksčiau gautą mentorystę. Tai galėjo būti vienkartinis įsikišimas arba ilgalaikiai santykiai; tai galėjo vykti oficialiai arba neoficialiai. Tačiau kai jums padėjo mentorius, jūs tai žinote.

Šaltiniai:

- Why the Power of Mentoring can Change the World <https://www.youtube.com/watch?v=u4kTlK5mUHc>
- Why Leadership and Mentorship Does Not Need to Fail Us <https://www.youtube.com/watch?v=mibnG8XeHlU&t=4s>
- Seven types of mentors <https://www.youtube.com/watch?v=2NWVCNMbGzI>
- The five types of mentors you need in your life <https://ideas.ted.com/the-5-types-of-mentors-you-need-in-your-life/>

# Mentorystės paramos priemonės

Nesvarbu, ar jūsų mentorystės santykiai truks kelis mėnesius, metus ar ilgiau, labai svarbu suprasti skirtingus jų etapus. Šie etapai apima tikslą, įsitraukimą, augimą ir užbaigimą.

Šiame modulyje daugiausia dėmesio skirsime baigiamajam etapui, kuriame įvertinamas mentorystės proceso poveikis - ir jūs galite apmąstyti savo mentorystės patirtį.

Paskutinis mentorystės etapas yra užbaigimo etapas. Jis įvyksta, kai auklėtinis, padedamas mentoriaus, sėkmingai pasiekia savo tikslus ir santykiai natūraliai baigiasi.

Pagrindiniai šio etapo rodikliai:

- Pasiiekti mentorystės pradžioje nustatytus tikslus.
- Baigiama geru sutarimu, kai ir mentorius, ir besimokantysis jaučiasi patenkinti patirtimi.
- Jaučiasi pakankamai pasitikintys savimi, kad galėtų toliau tobulėti be mentoriaus pagalbos
- Perduoti įgytus įgūdžius ir žinias kitiems kolegoms ar pavaldiniams

Labai svarbu, kad tiek mentorius, tiek auklėtinis, pasibaigus mentorystei, jaustų uždarumo jausmą. Nesvarbu, ar tai pasiekama švenčiant sėkmę, ar surengiant pokalbį, abi šalys turėtų jausti, kad kažką įgijo iš patirties ir yra pasirengusios eiti toliau.

Sėkmingos mentorystės programos turėtų būti stebimos, matuojamos ir vertinamos trijose pakopose:

- **Programa**
- **Mentorystės ryšiai**
- **Individas**

## Mentorystės paramos priemonės

Kad programa būtų veiksminga, turite turėti galimybę fiksuoti rodiklius ir grįžtamąjį ryšį per visą jos gyvavimo ciklą.

Matuokite mentorystę trimis lygmenimis- individualus mokymasis, programos sveikata ir mentorystės ryšių veikla.

Programos lygmeniu sukurkite rodiklius, susijusius su apibrėžtais verslo tikslais.

Dėl **mentorystės ryšių**, norite suprasti mentoriaus elgesį, kad galėtumėte nustatyti kliūtis ir galimybes.

Dažniausiai užduodami šie klausimai:

- **Ar mentorystės laikotarpis yra per ilgas, per trumpas, ar kaip tik tinkamas?**
- **Ar mentorystė prasideda produktyviai, ar atsilieka?**
- **Ar dalyviai naudojami jūsų pateiktais turinio ištekliais?**

**Dalyvių** atveju norite suprasti mentorystės poveikį rezultatams ir gauti grįžtamąjį ryšį apie programą. Vienas paprasčiausių būdų gauti rezultatus ir grįžtamąjį ryšį yra apklausa.

Paklauskite dalyvių ir suinteresuotųjų šalių, kaip mentorystės programa atitiko jos ir organizacijos tikslus.

Be to, paprašykite jų pateikti idėjų, kaip būtų galima patobulinti programą.



# Mentorystės nuostatos

Šis modulis skirtas padėti pradedantiems mentoriams, suteikiant jiems patarimų, kaip veiksmingiau organizuoti procesą. Mentorystės procesas ne visada yra lengvas, todėl pateikiame keletą idėjų, kurios padės jums pradėti dirbti ir palaikyti savo auklėtinį.

Šio modulio pabaigoje žinosite, kokių taisyklių reikia laikytis norint sukurti veiksmingus mentorystės santykius.

**#1: užduokite klausimus** Viena iš pagrindinių mentoriaus užduočių - užduoti klausimus. Užduodami klausimus nukreipiate savo auklėtinį ieškoti atsakymų ir prasmės. Tai darydami galite padėti atrasti teisingą kryptį jų kelyje į savirealizaciją. Svarbu nepamiršti išmokyti savo besimokantįjį savarankiškai užduoti klausimus, kad susiformuotų požiūris į saviugdą ir tobulėjimą.

**#2: dalinkitės idėjomis:** Kiekvienam besimokančiam asmeniui būdinga ieškoti patarimų ir atsiliepimų iš savo mentoriaus. Todėl nedvejodami dalinkitės idėjomis, kai jūsų auklėtinis jų paprašo. Bendradarbiaujant generuojamos idėjos ir išklausomos kitų idėjos leidžia išryškinti tinkamą konkrečios situacijos sprendimą..

**#3: pasakokite istorijas:** Nenuvertinkite istorijų pasakojimo galios. Dalydamiesi istorijomis iš savo profesinio ir (arba) asmeninio gyvenimo, užmegsite ryšį su savo auklėtiniu ir sukursite empatijos ir bendrumo atmosferą. Nebijokite dalintis istorijomis apie savo nesėkmes; tai pavyzdys, kad kelias nėra lengvas, bet kartu ir tai, kad kiekviena nesėkmė veda į naujas žinias.

**#4 Klausykitės su užuojauta:** Kartais pagrindinis mentoriaus vaidmuo yra išklausti. Tai nereiškia, kad mes negalime dalintis ir užduoti klausimų. Tai reiškia, kad turite klausytis supratingai ir suvokti, kada reikia atsitraukti nuo vadovavimo ir tiesiog įsiklausyti. Stenkitės suprasti savo auklėtinio argumentus, dilemas ir nesaugumo jausmą. Tai suteiks jums informacijos ir nurodys, kokius klausimus užduoti, kad jie atrastų teisingą kryptį.

**#5 Siūlykite padrąšinimą:** Mentorystės santykių pagrindas yra panašus kelias, kurį pasirinko besimokantysis ir kuriuo jau eina mentorius. Tačiau labai svarbu, kad mentorius nesusigundytų ir nepradėtų dalintis išėjimais atrastomis iš savos patirties. Tai reiškia, kad reikia suteikti padrąšinimą ir sukurti tokius santykius, kuriuose auklėtinis jaustųsi laisvas užduoti klausimus, dalintis idėjomis ir konfliktais bei ieškoti geresnių sprendimų konkrečiose situacijose.

**#6: Prisistatykite:** Kartais mentoriumi tave pasirenka dėl to, kad esi susijęs su savo tinklu. Jei jaučiatės patogiai dalindamiesi savo kontaktais ir įtraukdami savo auklėtinį į šią sritį, malonu nustatyti aiškias instrukcijas ir reikalavimus, kad būtų nustatytos santykių ribos.

**Atminkite:** Tai nėra jūsų, kaip mentoriaus, privalomų įsipareigojimų dalis!

fMentorystės santykiai gali būti naudingi ir pamokantys.

Šie patarimai padės jums sukurti veiksmingą ir teigiamą aplinką, kurioje galėsite klestėti kaip mentorius.

### Šaltiniai:

- 7 Tips About How to Mentor Someone: <https://www.td.org/insights/7-tips-about-how-to-mentor-someone>
- How to Be an Amazing Mentor in 10 Ways, according to HubSpot Managers: <https://blog.hubspot.com/marketing/mentor-tips-positive-impact>
- Creating the right environment for mentoring and coaching: <https://www.amandadudman.co.uk/blog/2015/7/3/creating-the-right-environment-for-mentoring-and-coaching>



2 dalis -  
Kūrybiški  
šiuolaikinių  
problemų  
sprendimai



## Galimybių pastebėjimas

Galimybių pastebėjimas yra puiki priemonė verslo plėtrai. Tai reiškia, kad reikia stebėti ir klausytis klientų. Orientuojantis į potencialius klientus - reikia atsižvelgti į jų poreikius, norus, iššūkius ir nusivylimus. Taip pat jų praeitis, kultūra ir net traumas gali atlikti svarbų vaidmenį poreikių tenkinimo procese. Kuo daugiau žinosite apie savo klientų gyvenimo būdą, tuo geriau galėsite juos suprasti ir suteikti jiems tai, ko jie iš tikrųjų nori. Tai labai svarbi žinia bet kuriam jaunam verslininkui.

**Gebėjimas įžvelgti galimybes  
reiškia, kad reikia pasitelkti savo  
vaizduotę ir gebėjimus, kad būtų  
galima nustatyti vertės kūrimo  
galimybes.**

### **Nustatykite sudėtingumą ir jo atsikratykite:**

Nustatykite sistemas, kurios yra be reikalo sudėtingos arba per daug paremtos biurokratinėmis procedūromis, ir jas supaprastinkite.

### **Atkreipkite dėmesį į nepatenkintus poreikius:**

Apsvarstykite, kur klientai ir užsakovai yra nepatenkinti sprendimu. Pavyzdys: Seno maisto pristatymo furgono pertvarkymas į gurmaniško maisto sunkvežimį, kad būtų užpildyta spraga kaimo vietovėje.

### **Suraskite neveiksmingus dalykus ir juos ištaisykite:**

Stebėjimas, kada ir kur paslaugos yra netinkamos, yra puikus būdas rasti didelį potencialą turinčią galimybę. Pavyzdžiui, efektyvesnis automobilių stovėjimo aikštelių įrengimas.



## SSGG

SSGG analizė - tai vidinių stiprybių ir silpnybių bei išorinių galimybių ir grėsmių, lemiančių dabartinę ir būsimą veiklą bei padedančių kurti strateginius tikslus, nustatymo ir analizės metodas. Tai labai svarbi priemonė visiems jauniems verslininkams, o jūs, kaip mentorius, galite padėti plėtoti šį metodą.

### **Klausimų, kuriuos galima užduoti apie jūsų stipriąsias puses, pavyzdžiai:**

- Kokių privalumų turite savo komandoje? (Žinios, išsilavinimas, tinklas, įgūdžiai ir reputacija)
- Kokį fizinį turtą turite (klientų, įrangos, technologijų, grynųjų pinigų ir patentų)?
- Koks yra jūsų konkurencinis pranašumas?
- Kokios yra jūsų teigiamiausios prekės ženklo savybės?
- Kokių išteklių, kurių neturi jūsų konkurentai, turite?



### **Klausimų, kuriuos galima užduoti apie jūsų silpnąsias vietas, pavyzdžiai:**

- Ko reikia mūsų įmonei, kad ji būtų konkurencinga?
- Ką reikia tobulinti mūsų įmonėje?
- Kokios yra mūsų komandos spragos?
- Ar mūsų vieta yra naudinga mūsų sėkmei?
- Kas stabdo jūsų įmonę ar projektą?
- Kokios yra neigiamiausios jūsų prekės ženklo savybės?
- Kokių išteklių turi jūsų konkurentai, kurių neturite jūs?

**Stiprybės (S) ir Silpnybės (S) yra vidiniai veiksniai, kuriuos galite kontroliuoti.**

## Klausimų, kuriuos būtų galima užduoti apie jūsų galimybes, pavyzdžiai:

- Ar rinka, kurioje esame, auga?
- Ar yra dabartinių tendencijų, dėl kurių žmonės pirks mūsų produktus?
- Ar yra kokių nors renginių, kurie galėtų būti naudingi jūsų verslo plėtrai?
- Ar yra kokių nors reguliavimo pokyčių, kurie būtų naudingi jūsų verslui?
- Ką apie jūsų įmonę mano klientai?



**Galimybės (G) ir grėsmės (G) - tai išoriniai veiksniai, kurių iš esmės negalite kontroliuoti.**

## Klausimų, kuriuos galima užduoti apie grėsmes, pavyzdžiai:

- Ar turite potencialių konkurentų?
- Ar tiekėjai vis dar galės tiekti jums reikalingas žaliavas tokiomis kainomis, kokių jums reikia?
- Ar būsimi technologijų pokyčiai gali pakeisti jūsų verslo būdą?
- Ar vartotojų elgsena keičiasi taip, kad gali turėti neigiamos įtakos jūsų verslui?
- Ar yra kokių nors rinkos tendencijų, kurios gali kelti grėsmę?

# Porterio penkios jėgos

Porterio penkių jėgų sistema - tai sistema, kuri gali padėti jums ir mokiniui išanalizuoti konkurencijos lygį bet kurioje rinkoje. Paprastai tariant, konkurencijos būklė priklauso nuo penkių pagrindinių jėgų:

## Naujų rinkos dalyvių grėsmė

Nauji rinkos dalyviai - tai naujos įmonės, kurios potencialiai gali patekti į rinką ir kelti grėsmę rinkoje įsitvirtinusioms įmonėms. Kuo daugiau kliūčių patekti į rinką, tuo mažesnė grėsmė.

## Tiekėjų derybinė galia

Ar tiekėjai turi teisę derybose nustatyti savo sąlygas? Tiekėjų galia įmonei gali turėti įtakos kainoms, taigi ir jos pelningumui. Štai keletas elementų, į kuriuos reikia atsižvelgti šiuo lygmeniu:

- Tiekėjų skaičių ir dydį.
- Tiekėjų parduodamų produktų trūkumo laipsnis
- Tiekėjų keitimo išlaidos

## Pirkėjų derybinė galia

Ar jie gali daryti įtaką bendrovės taikomoms kainoms ir kitoms pardavimo sąlygoms? Pirkėjų lygmeniu būtina visų pirma iširti:

- Klientų skaičių ir jų svarbą versle,
- klientų dydį ir jų buvimo vietą

## Produktų ar paslaugų pakaitalų grėsmė

Tikėtina, kad rinkoje atsiras naujų produktų ar paslaugų, kurie taps alternatyva esami pasiūlai. Kuo didesnę vertę, palyginti su esama pasiūla, siūlo pakaitinis produktas, tuo didesnė tikimybė, kad klientai jį pirks, taigi ir didės rizika įmonei.

## Esama pramonės konkurencija

Dabartinė konkurencija yra rinkoje, kurią lemia esamų konkurentų skaičius ir tai, ką kiekvienas konkurentas gali padaryti. Šie klausimai padės jums padidinti darbo srautą:

- Konkurentų skaičius rinkoje?
- Konkurentų dydis ir įvairovė?
- Konkurentų diferenciacijos laipsnis?
- Konkurentų rinkos augimas?

# SCAMPER

Tai kūrybinė smegenų šturmo veikla, kurios metu jūs ir auklėtinis turite galimybę ištirti produktus ir paslaugas bei apžvelgti koncepciją, idėją, problemą ar situaciją įvairiais aspektais.

## Bendradarbiavimas

Taikykite pagrindinį **SCAMPER** principą ir pradėkite nuo to, kas jau egzistuoja, ir siekite tai pakeisti; apsvarstykite naują elementą, turintį pridėtinės vertės. Norint sukurti kažką originalaus, nebūtinai tai turi būti kažkas naujo, tačiau kūrybiškumas gali būti plėtojamas keičiant ar derinant esamas idėjas.

## SCAMPER reiškia:

**Pakeisti (Substitute):** Pakeiskite vieną stebimo objekto dalį kita.

**Sujungti (Combine):** Kelių elementų sujungimas į vieną.

**Pritaikyti (Adap):** Pritaikyti esamą produktą, paslaugą ar sprendimą naujam pritaikymui.

**Modifikuoti (Modify):** Pakeisti funkciją.

**Pritaikyti kitai paskirčiai (Put to another use):** Panaudoti kitoje programoje.

**Pašalinti (Eliminate):** Svarstykite, ką galima pašalinti..

**Pakeisti (Reverse):** Pakeiskite dalykų tvarką.



# PESTTA

PESTTA analizė - tai sistema arba priemonė, kurią galite naudoti analizuodami ir stebėdami makroaplinkos veiksnius, galinčius daryti didelį poveikį jūsų organizacijos veiklai.

## Bendradarbiavimas

Tai puikus metodas, padedantis užmegzti diskusiją tarp jūsų ir auklėtinio. Šis metodas atspindi dabartinę padėtį, demografinius ir visuomenės pokyčius.

### Politinis:

- Visi vyriausybės sprendimai (fiskalinė politika, užsienio prekyba ir kt.)
- Politinės sistemos stabilumas, valdžioje esančios partijos ir jų orientacija bei galimi pokyčiai, kurie gali įvykti per kitus rinkimus.
- Mokesčiai ir socialinė apsauga,
- Užsienio prekybos politika,
- Pagalbos ir subsidijų schemos,
- Pagrindinių lobistų spaudos laisvė ir korupcijos lygis.

### Ekonominis:

- Visi veiksniai, darantys įtaką perkamajai galiai ir vartotojų elgsenai (disponuojamos pajamos, nedarbas, palūkanų normos ir kt.)
- Ekonomikos augimas, BVP, BNP,
- Disponuojamosios pajamos ir perkamoji galia,
- Nedarbo lygis
- Infliacija ir finansinis stabilumas,
- Palūkanų normos,
- Galimybės gauti finansavimą ir įgūdžiai (žmogiškieji ištekliai).



## Sociologinis:

- Visos socialinės charakteristikos, turinčios įtakos perkamajai galiai (demografija, išsilavinimo lygis, pajamų pasiskirstymas, požiūris į laisvalaikį ir darbą, socialinis mobilumas ir kt.)
- Pajamų pasiskirstymas,
- Demografija (gyventojų tyrimas),
- Socialinis mobilumas,
- Gyventojų išsilavinimo lygis,
- Požiūris į laisvalaikį ir darbą.

## Technologinis:

- Visos technologinės naujovės, galinčios sutrikdyti rinką (viešosios išlaidos moksliniams tyrimams ir plėtrai, nauji patentai, atradimai ir kt.)
- Inovacijų lygis ir galimos griaunančios technologijos
- Galimybė naudotis naujomis technologijomis,
- Ryšių ir platinimo kanalų raida.

## Teisinis:

- Visi įstatymai ir kiti teisės aktai, darantys įtaką teisinei sistemai, kurioje veikia įmonė.
- Konkurencijos teisė,
- verslo teisė,
- darbo teisė, darbuotojų apsauga ir sveikata,
- Vartotojų apsauga,
- Duomenų apsauga,
- Intelektinės nuosavybės teisė ir apsauga (autorių teisės, patentai, prekių ženklai ir kt.)

## Aplinkosauginis:

- Visi su aplinka susiję veiksniai daro įtaką tam, kaip vykdoma veikla (atliekų tvarkymas, išmetama tarša ir pan.)
- Aplinkos apsaugos įstatymai ir taisyklės,
- Atliekų perdirbimas,
- Išmetama tarša,
- Gamtos išteklių prieinamumas,
- Perdirbimo standartai.



## Kodėl verslininkams reikia naudoti "SSGG", "pesta"...?

Čia pateikėme įvairių analitinių metodų, naudingų jūsų būsimam verslui ir padėsiančių integruoti besimokantįjį Jūs patys turite pasirinkti tuos metodus, kurie jums patogiau ir tinkamiausi jūsų idėjoms kartu plėtoti.

Būsimieji verslininkai gali naudotis šiomis priemonėmis analizuodami situacijas ir kontekstus, kad galėtų plėtoti kūrybinius projektus ir idėjas. Jas lengva įgyvendinti, jas galima taikyti nuolat ir pritaikyti prie kintančių aplinkybių.

Atlikdami SSGG analizę, ištirsite savo vidinės aplinkos stipriąsias ir silpnąsias puses, taip pat išorinės aplinkos grėsmes ir galimybes.

Naudodami PESTTA metodą gausite struktūrinę ir formalią įmonės išorinės aplinkos analizę.

Scamper leis jums kūrybiškai mąstyti apie produktus ir paslaugas... ir galiausiai Porteris padės jums analizuoti kompetenciją.

Šie skirtingi metodai gali būti naudojami ne tik atskirai, bet ir tarpusavyje susiję. Pavyzdžiui, "Pesta" gali padėti jums su SSGG diagrama.

Situacijų, kuriose galite tai naudoti, pavyzdžiai:

- Naudojimas naujomis verslo galimybėmis
- Reaguoti į naujas tendencijas
- Įdiegti naują technologiją
- Reaguoti į konkurentų veiklos pokyčius
- Personalo klausimai
- Įmonės kultūra ir įvaizdis
- Naujų produktų kūrimas
- Organizacinė struktūra
- Reklama
- Finansiniai ištekliai
- Veiklos efektyvumas

Šis sąrašas nėra baigtinis, galite jį papildyti, ypač kūrybinėje aplinkoje su auklėtiniu. Paprastai šiomis priemonėmis naudojasi planuotojai ir sprendimų priėmėjai, tačiau niekas netrukdo jums bendradarbiauti ir taip praturtinti savo mentorystės patirtį!

# Rinkos spraga ir unikioji produkto savybė

**Rinkos spraga**- tai galimybė pasiūlyti tai, ko klientai nori, bet ko šiuo metu neteikia jokia kita įmonė. Terminas "spraga" reiškia skirtumą tarp pasiūlos ir paklausos. Atvira mentorius ir auklėtinio diskusija apie rinkos sąlygas yra vertinga veikla, kurios metu dažnai išryškėja kartų lūkesčiai. Atminkite, kad unikalus pardavimo pontonas (angl. Unique Selling Point, USP) yra tai, kas išskiria produktą ar prekės ženklą iš konkurentų ir gali būti jūsų didžiausia stiprybė ir galimybė.

## Rinkos spragų pavyzdžiai:

Jūsų mieste trūksta tam tikros virtuvės patiekalų, o vietiniai žmonės domisi kurios nors šalies maisto kultūra.

- Reikia išmaniosios kelionių programėlės, ir atrodo, kad daugelis piliečių keliauja į tam tikrą vietą ir keliones užsako išmaniuoju telefonu.
- Reikia nemokamų skambučių internetu ir greitesnio bendravimo (pvz., taip buvo sukurta "WhatsApp").

## Kaip nustatyti rinkos spragas:

Nesvarbu, ar pradėsite smulkų verslą, ar ieškote augimo galimybių dabartiniame versle, rinkos spragos gali būti puikus įkvėpimo šaltinis kitai didelei idėjai.

- Pirmiausia grįžkite prie savo SSGG analizės ir atkreipkite dėmesį į savo stipriąsias puses. Tai yra tai, ką galite pasiūlyti. Nedvejodami vadovaukitės ankstesne patirtimi.
- Kai kalbama apie spragas, galvokite apie mažus dalykus. Kuo konkretesnė jūsų rinka, tuo didesnė tikimybė, kad galėsite į ją veiksmingai orientuotis.
- Jei matote, kad kažkas sėkmingai užpildė rinkos spragą vienoje pramonės šakoje, galite tą sėkmę pakartoti panašioje.
- Sekite rengiamus teisės aktus. Kartais pramonės šakoje dėl teisinių priežasčių gali įvykti didelių pokyčių. Viena įmonė pasitraukia, o jūsų - įsitraukia.
- Nustatykite neišspręstas problemas. Išsprendę egzistuojančią problemą, patiksite vartotojams ir jūsų produktai praktiškai savaime parsiduos. Apie tai nuolat kalba beveik kiekvienas sėkmingas verslininkas.
- Paprastas būdas rasti šias paslėptas spragas - paklausti savo potencialių klientų, ko jiems trūksta dabartinėje rinkoje. Tai galite padaryti tyrinėdami pramonės tendencijas arba rengdami apklausas / klausimynus.

# 3 dalis - Bendruomenės ir verslo ryšiai



## Socialinė Medija

Kadaise socialinė medija buvo skirta tik pramogai, bet dabar taip nebėra. Nesvarbu, ar valdote mažą internetinę parduotuvę, ar nacionalinę įmonę - socialinė žiniasklaida yra labai svarbi jūsų verslui. Jums nereikia žinoti visų madingų žodžių ar turėti įspūdingą sekėjų skaičių. Galite iš karto pradėti dirbti, o tai yra puikus bendravimo aspektas, kurį galite tobulinti kartu su jaunuosiu auklėtiniu.



**Socialinė žiniasklaida leidžia atlikti bent keturis svarbiausius dalykus: atrasti naujų idėjų ir tendencijų, užmegzti glaudesnius ryšius su esama ir nauja auditorija, atkreipti dėmesį į savo darbą ir pritraukti lankytojų srautą, kurti, tobulinti ir stiprinti prekės ženklą.**

# Socialinė Medija

Socialinė medija suteikia didžiulį verslo potencialą, nes vartotojai kasdien prisijungia prie socialinių tinklų ir taip susipažįsta su įmonėmis. Tačiau socialinė žiniasklaida nuolat keičiasi, todėl labai svarbu neatsilikti nuo platformų raidos ir nuolat ieškoti būdų, kaip optimizuoti turimų priemonių naudojimą. Atsižvelgdami tai, pateikiame keletą svarbiausių patarimų, kurių įmonės turėtų nepamiršti kurdamos savo buvimą visose interneto erdvėse. Stebėkite, kaip jūsų auklėtinis dirba su toliau pateiktomis platformomis, ir aptarkite galimus socialinės žiniasklaidos privalumus ir spąstus.

- Pažinkite savo platformas. Įsitikinkite, kad suprantate kiekvieną platformą ir žinote, kokio tipo turinys tinka kiekvienai iš jų. Jūsų verslui gali būti tinkamos visos arba tik kai kurios.
- Laikykitės nuostatos, kad pranešimai būtų orientuoti į prekės ženklą. Rašykite tik apie savo verslą ir su juo susijusius dalykus.
- Kurkite ryšius. Būkite socialūs, atsakinėkite į komentarus, Sąveikaukite su pranešimais ir sekite žmones.
- Pirmenybę teikite organiniam augimui. Kuo tikresnis jūsų buvimas internete, tuo esate patrauklesnis tikriesiems naudotojams.
- Kurkite originalų turinį. Užtikrindami, kad jūsų puslapyje būtų autentiškų vaizdų ir vaizdo įrašų, galite tapti labiau atpažįstami.



# Reagavimas

Operatyvumas - tai įmonės gebėjimas nustatyti ir veiksmingai prisitaikyti prie nuolatinių pramonės šakos pokyčių ir klientų pageidavimų. Įmonės, kurios veiksmingai prisitaiko prie pokyčių, geriau sugeba valdyti trikdžius ir nuolat tenkinti klientų lūkesčius.

Reagavimo gebėjimų ugdymas remiasi identifikavimo, fiksavimo ir transformavimo procesu.

- **Nustatymas** - tai gebėjimas pastebėti galimybes įmonėje ir rinkoje.
- **Įgijimas** - tai gebėjimas sutelkti išteklius, kad būtų pasinaudota galimybėmis.
- **Transformavimas** - tai įmonės gebėjimas įvertinti savo vidines ir išorines kompetencijas.

Pateikiame keletą būdų, kaip įmonė gali pagerinti savo greitą reagavimą:

- Paklauskite klientų, ko jie nori. Esamų klientų apklausa gali parodyti, kur yra jūsų stipriosios ir silpnosios pusės.
- Valdykite klientų lūkesčius. Nukreipkite klientus į geriausiai jiems tinkantį kanalą ir išlikite realistai, laikydamiesi savo misijos.
- Parengti procedūras. Nustatykite kriterijus, kaip greitai jūsų komanda turi reaguoti į klientų užklausas, vidaus procesus ir rinkos pokyčius.



## Profesionalūs tinklai

Profesinių tinklų kūrimas, tai sąmoningas ryšių su kitais savo pramonės ir susijusių sričių specialistais kūrimas ir palaikymas, siekiant plėtoti savo verslą ar prekės ženklą. Tinklų kūrimas leidžia jums užmegzti abipusiai naudingus santykius su kitais asmenimis, kurie yra naudingi jūsų verslo plėtrai ir tvarumui. Profesionalų tinklaveikos tikslas paprastai yra gebėti prašyti paslaugų iš savo tinklo žmonių ir mainais jiems padėti.

Norint užmegzti profesinius ryšius, reikia iniciatyvos. Turite stengtis susitikti su žmonėmis ir palaikyti ryšius. Sėkmingus santykius užmegzti gali padėti daugelis bendravimo priemonių, įskaitant programėles ir interneto svetaines. Tai dar viena verslumo funkcija, kurią daugelis jaunųjų auklėtinių turi po ranka. Ieškoti naujų būdų, kaip išnaudoti profesinį tinklą, gali būti geras verslo žingsnis.

Štai keturi būdai, kaip plėsti savo profesinį tinklą, kurie galėtų tapti puikiu komandiniu mikro projektu:

1. Naudokite "LinkedIn" profilį, kad papildytumėte savo profesinius kontaktus, sužinotumėte daugiau apie savo verslą ir jį reklamuotumėte.
2. Paprašykite, kad jus supažindintų su naujais profesiniais kontaktais.
3. Puoselėkite jau užmegztus ryšius.
4. Visada būkite atviri naujoms galimybėms.



**TAIP- Profesinių tinklų kūrimas: Būkite pasiruošę susitikimams, nuoširdžiai bendraukite ir stebėkite tolesnius veiksmus.**



**NE- Profesinių ryšių palaikymas: statykite žmones į nepatogias situacijas, pamirškite išklaudyti arba nusivilkite dėl atsisakymo.**

## Socialinė atsakomybė

Socialinė atsakomybė reiškia, kad įmonės ne tik turi būti finansiškai gyvybingos, bet ir veikti taip, kad būtų naudingos visuomenei. Šiuo metu labiau nei bet kada įmonėms vis svarbiau skirti daugiau dėmesio socialinei atsakomybei.

Socialiai atsakingos įmonės turėtų teikti pirmenybę pasiekiamų ir ilgalaikių tikslų siekimui, vykdydamos politiką, kuria skatinama visuomenės ir aplinkos gerovė.

Įmonės gali elgtis atsakingai įvairiais būdais, pavyzdžiui, skatindamos savanorišką veiklą, vykdydamos aplinkai naudingus pokyčius, taikydamos etišką darbo praktiką ir dalyvaudamos labdaringoje veikloje.

## Įmonių socialinė atsakomybė

Įmonių socialinė atsakomybė (ĮSA) tradiciškai skirstoma į keturias kategorijas: **aplinkosauginę, filantropinę, etinę ir ekonominę atsakomybę.**

**Aplinkosauginė atsakomybė** – tai įsitikinimas, kad organizacijos turėtų elgtis kuo draugiškiau aplinkai.

**Etinė atsakomybė** susijusi su užtikrinimu, kad organizacija veiktų sąžiningai ir teisingai.

**Filantropinė atsakomybė** tai įmonės siekis aktyviai gerinti pasaulį ir visuomenę.

**Ekonominė atsakomybė** tai praktika, kai įmonė visus savo finansinius sprendimus grindžia įsipareigojimu daryti gera pirmiau išvardytose srityse.





# 4 dalis - Tvarumo planavimas



## Planavimas ir tvarumas

Verslo tvarumu siekiama sukurti ilgalaikę vertę akcininkams, pasinaudojant galimybėmis ir valdant riziką, kylančią dėl organizacijos ekonominės, aplinkosauginės ir socialinės atsakomybės.

Verslo tvarumas turi tenkinti organizacijos ir jos suinteresuotųjų šalių poreikius šiandien, kartu saugant, palaikant ir didinant aplinkos, socialinius ir ekonominius išteklius, reikalingus ateičiai.

Verslo tvarumas - vis dar besiformuojanti disciplina, ir nors yra tam tikrų bendrų nuostatų dėl to, ką reikėtų daryti siekiant verslo tvarumo, dėl vartojamų terminų sutariama palyginti nedaug. Iš dalies taip yra todėl, kad verslo tvarumas susijęs su daugybe įvairių sričių, įskaitant organizacinę elgseną, verslo strategiją, veiklos valdymą, apskaitą, finansus, ekonomiką, aplinkosaugą, etiką ir socialinę psichologiją.

Tokioje sparčiai besivystančioje srityje lengva paskęsti filosofijos ir terminologijos pelkėje, todėl vyresnysis mentorius gali padėti jaunesniam verslininkui įveikti riziką ir sukurti tvaresnę įmonę.

## Teisės aktai

Teisės aktai - tai teisės aktų rinkinys, kurį priima bet kuri vyriausybė, siekdama apsaugoti įmones, darbuotojus ir vartotojus. Įmonės privalo veikti pagal šiuos įstatymus, kad būtų užtikrintas sąžiningas ir saugus elgesys su bet kuria su verslu susijusia šalimi. Jei įmonės nesilaiko teisės aktų, joms gali būti taikomos teisinės priemonės, pavyzdžiui, baudos, apribojimai ir laisvės atėmimas - daugeliui jaunų žmonių tai yra "pilkoji zona".

Įvairios teisės aktų rūšys, kurių įmonės privalo laikytis, apima darbo, vartotojų ir intelektinės nuosavybės įstatymus.

Darbo teisė apima darbuotojų saugumo užtikrinimą ir sąžiningą darbdavių elgesį, o intelektinės nuosavybės įstatymai - idėjų, kūrinių, dizaino, pavadinimų ir logotipų apsaugą, kuri yra svetima daugeliui "copy & paste" kartos atstovų.

# Finansavimas

Pinigų paieškos procesas turi atitikti įmonės poreikius. Kur ir kaip ieškosite pinigų, priklauso nuo jūsų įmonės ir nuo to, kokių pinigų jums reikia. Pavyzdžiui, yra didžiulis skirtumas tarp sparčiai augančios su internetu susijusios įmonės, ieškančios antrojo rizikos kapitalo finansavimo, ir vietinės mažmeninės parduotuvės, norinčios finansuoti antrąją lokaciją.

## 1. Rizikos kapitalas

Rizikos kapitalo verslas dažnai suprantamas klaidingai. Daugelis pradedančiųjų įmonių skundžiasi, kad rizikos kapitalas neinvestuoja į naujas ar rizikingesnes įmones. Dėl jų tariamai grobuoniškos verslo praktikos žmonės apie rizikos kapitalo investuotojus kalba kaip apie ryklius (arba grifus). Taip būna ne visada. Žmonės, kuriuos vadiname rizikos kapitalistais, dažnai yra verslininkai, kuriems pavesta investuoti kitų žmonių pinigus ir kurie turi profesinę atsakomybę mažinti riziką.

## 2. Angelų investicijos

Angelų investicijos yra daug labiau paplitusios nei rizikos kapitalas ir paprastai yra daug prieinamesnės pradedančiosioms įmonėms ir ankstesniuose augimo etapuose. Yra svarbių skirtumų tarp šio ir rizikos kapitalo. "Angelų investuotojai" dažnai yra grupės arba pavieniai asmenys, kurie investuoja savo lėšas ir yra linkę investuoti į ankstesniuose augimo etapuose esančias įmones. Tuo pat metu rizikos kapitalas paprastai laukia, kol po kelerių augimo metų pradedančiosios įmonės turės daugiau istorijos.

### Kaip rasti angelų investuotojų?

Kitas klausimas, žinoma, kaip rasti "angelų", kurie galbūt norėtų investuoti į jūsų verslą. Kai kurios agentūros, verslo plėtros centrai ir verslo inkubatoriai yra susiję su jūsų regiono investicijų bendruomenėmis. Pirmiausia kreipkitės į vietos smulkiojo verslo plėtros centrą, kartu su savo auklėtiniu pasidomėkite, ką galima gauti vietoje.



### 3. Komerciniai skolinotojai

Bankai dar rečiau nei rizikos kapitalo investuotojai investuoja arba skolina pinigus pradedančioms įmonėms. Tačiau jie yra labiausiai tikėtinas jau veikiančių mažųjų įmonių finansavimo šaltinis.

Pradedantieji verslininkai ir smulkiojo verslo savininkai pernelyg greitai kritikuoja bankus ir finansų įstaigas dėl to, kad jie nesugeba finansuoti naujų įmonių. Bankai neturėtų investuoti į įmones, ir tai griežtai riboja federaliniai bankininkystės įstatymai.



### 4. Alternatyvūs skolinotojai

Be standartinių banko paskolų, įsisteigusi mažoji įmonė taip pat gali kreiptis į gautinų sumų specialistus ir pasiskolinti už gautinas sumas.

Dažniausiai gautinų sumų finansavimas naudojamas pinigų srautams palaikyti, kai apyvartinis kapitalas susikaupia gautinose sumose.



### 5. Draugų ir šeimos finansavimas

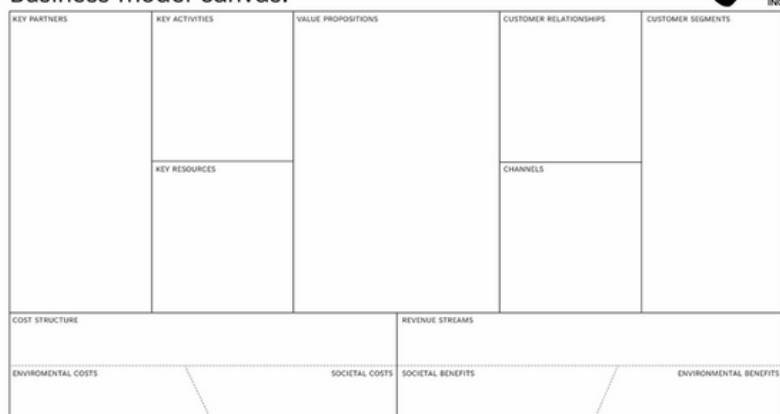
Jei pradedantiems verslininkams galėtume pasakyti tik vieną mintį, tai ji būtų tokia: turėtumėte žinoti, kokių pinigų jums reikia, ir suprasti, kad jie rizikuoja. Žinokite, kiek statote, ir nestatykite pinigų, kurių negalite sau leisti prarasti.

# Drobės modelis

Verslo modelio drobė (angl. Business Model Canvas, BMC) yra strateginio valdymo priemonė, skirta greitai ir lengvai apibrėžti ir pateikti verslo idėją ar koncepciją. Tai vieno puslapio dokumentas, kuriame pateikiami pagrindiniai verslo ar produkto elementai, nuosekliai struktūrizuojant idėją.

Dešinėje pusėje dėmesys sutelkiamas į klientą (išorės), o kairėje drobės pusėje – į verslą (vidaus). Išoriniai ir vidiniai veiksniai yra susiję su vertės pasiūlymu, t. y. vertės mainais tarp jūsų verslo ir kliento.

Business model canvas.



**Verslo modelio drobė (Business Model Canvas) - skyriaus pabaigoje rasite pilno dydžio naudojamą versiją!**

## Kaip jį naudoti?

### Vertės pasiūlymas:

Vertės pasiūlymas yra bet kokio naujo verslo pagrindas. Tai pagrindinė jūsų verslo ir jūsų klientų vertės mainų koncepcija. Paprastai klientas vertę iškeičia į pinigus, kai jūsų verslas yra naudingas.

**Gerai klausimai, kuriuos galite užduoti (kartu su savo besimokančiais), kai apibrėžiate savo naują verslą:**

**Kokią problemą sprendžiu?**

**Kodėl kas nors norėtų, kad ši problema būtų išspręsta?**

**Kokia yra pagrindinė šios problemos priežastis?**

# Business model canvas.



# Strateginis planavimas, kvalifikacijos kėlimas ir rizikos valdymas

**Kvalifikacijos kėlimas - tai naujų įgūdžių mokymasis arba darbuotojų mokymas naujų įgūdžių. Naujų įgūdžių įgijimas, kad galėtumėte dirbti kitą darbą, arba žmonių mokymas dirbti kitą darbą (Kembridžo žodynas).**

Abi šios strategijos yra veiksmingos ir padeda kovoti su tuo, kas, kaip tikimasi, taps nuolatiniu įgūdžių trūkumu. Perkvalifikavimas reiškia, kad reikia ieškoti žmonių, turinčių "gretimų įgūdžių", kurie yra artimi jums reikalingiems naujiems įgūdžiams. Kvalifikacijos kėlimo kultūra - tai darbuotojų mokymas naujų, pažangių įgūdžių, siekiant užpildyti talentų spragas. Darbas su savo auklėtiniais ir esamais komandos nariais gali padėti jiems tobulėti ir pagerinti jūsų verslą. LinkedIn Learning nustatė, kad jei įmonės aktyviai investuotų į darbuotojų karjerą, net 94 proc. darbuotojų nuspręstų pasilikti jose ilgiau.



Nors du trečdaliai organizacijų tiki, kad darbo jėgos ugdymo programos padės išspręsti įgūdžių trūkumo problemą, jos dažnai neskuba imtis veiksmų dėl finansinių apribojimų ir tinkamų technologijų trūkumo.

Nesiimant veiksmų dabar, jei neturėsite tinkamų įgūdžių, iškils pavojus, kad jūsų įmonė nesugebės pasiekti savo ilgalaikių tikslų.

Vienas geriausių būdų, kaip organizacijoje panaudoti kvalifikacijos kėlimą, yra suteikti darbuotojams struktūrizuotą karjeros kelią. Karjeros planavimas - tai procesas, kuriuo siekiama nustatyti darbuotojų asmeninio tobulėjimo kryptį. Tiek perkvalifikavimo, tiek kvalifikacijos kėlimo strategijos gali būti įdiegtos jūsų įmonėje kaip būdas suderinti darbuotojų karjerą su jūsų organizacijos verslo tikslais.

Sėkmingos karjeros strategijos kuriamos remiantis kompetencijomis pagrįstu požiūriu. Tai leidžia jūsų organizacijai įvertinti konkrečias kompetencijas, reikalingas kiekvienai unikaliai pareigybei, ir suprasti, kokius įgūdžius reikia tobulinti darbuotojams, pereinantiems į naujas pareigas.

Karjeros planas yra asmeninis kiekvienam darbuotojui ir padeda jam suskirstyti žingsnius, reikalingus ilgalaikiams karjeros tikslams pasiekti. Reikia suprasti, kokių žinių, įgūdžių ir asmeninių savybių reikia, ir padėti nustatyti specializuotus įgūdžius ir papildomą mokymą, reikalingą šiems siekiams įgyvendinti.

Karjeros planavimo diegimas jūsų organizacijoje turi keletą privalumų, įskaitant:

**Ateities poreikių tenkinimas:** Nustatydami jau turimus gebėjimus, galite tikslingai ugdyti svarbiausius esamų darbuotojų įgūdžius, kad patenkintumėte būsimą paklausą.

**Nustatyti paslėptus gebėjimus:** Karjeros planavimas suteikia darbuotojams galimybę išsamiai aprašyti ir įvertinti savo įgūdžius, taip atskleidžiant potencialą, apie kurį verslas gali nežinoti.

**Sukurti talentų mobilumo kultūrą:** Šiuolaikiniai talentai ieško darbdavių, kurie būtų įsipareigoję rūpintis jų tolesniu karjeros vystymusi. Karjeros planavimo strategija ne tik pritraukia talentus į jūsų organizaciją, bet ir didina darbuotojų motyvaciją bei pasilikimo lygį. Karjeros planavimas taip pat sukuria vidinį judėjimą tiek skersai, tiek vertikalčiai ir akivaizdžiai parodo, kad jūsų organizacija vertina savo žmones.

Kadangi skaitmeninės transformacijos greitis nemažėja, veiksminga karjeros strategija, apimanti perkvalifikavimą ir kvalifikacijos kėlimą, yra naudinga ir darbuotojams, ir personalo skyriui. Juolab kad tai turi būti jūsų organizacijos talentų būtinybė, jei norite neatsilikti nuo besikeičiančios įgūdžių rinkos.





# 5 dalis - Rinkodara mentorystei



## Rinkodara mentoriams

Rinkodara dažnai gali atrodyti kaip nežinoma ir sunkiai suprantama sritis, ypač verslininko kelionės pradžioje. Vykdamas verslą, šešių pagrindinių principų integravimas į rinkodaros strategiją gali padėti verslui efektyviai augti. Tai padeda verslo savininkui optimizuoti pardavimus ir klientų dėmesį produktui, kartu tai pagalba pradedantiems verslininkams šiame kelyje.

**Produktas:** Tai parduodamas daiktas arba paslauga. Svarbiausia yra pateikti produktą, kuris yra reikalingas rinkoje. Jei ko nors trūksta, laiku sukūrę produktą, būsite garantuoti, kad jūsų verslas bus ilgalaikis.

**Kaina:** Tai vertė, kurią klientas yra pasirengęs mokėti už jūsų siūlomą produktą. Efektyvios kainų strategijos, kuri būtų pelninga jums ir klientui, sukūrimas yra metodas, kuris generuos įmonei pardavimus.

**Vieta:** Tai vieta, kurioje klientas gali įsigyti produktą. Tai gali būti vieta realiame gyvenime arba internetinėje erdvėje.

**Skatinimas:** Rėmimas yra labai svarbus norint supažindinti klientus su jūsų produkto verte. Pagrindinė jos idėja - atkreipti dėmesį į produktą ir sudominti žmones, kad jie norėtų apie jį sužinoti daugiau. Tikslas - paskatinti juos jį įsigyti.

**Žmonės:** Tai asmenys, dalyvaujantys rinkodaros procese - darbuotojų ir klientų požiūriu. Viena pusė sukuria reklamą, o kita ją vertina ir pateikia atsiliepimus, kurie, tikimasi, ateityje padės patobulinti produktą.

**Pristatymas:** Tai, kaip produktas matomas rinkoje. Vaizdinė medžiaga, pavyzdžiui, pakuotė ar reklama, gali turėti įtakos žmonių pirkimo įpročiams.



## Atranka

Turint produktą, kurį norite arba planuojate parduoti, vienas svarbiausių dalykų - pažinti savo auditoriją. Rekomenduojame sukurti pirkėjo asmenybę, kuri atspindėtų jūsų idealų klientą - tai puiki veikla, kurią galite atlikti kartu su savo auklėtiniu. Sukurkite profilį pagal produktą, kurį reikia parduoti. Tada jūs, kaip verslo savininkas, turėtumėte užduoti sau kelis esminius klausimus:

- **Kam aš kuriu šį produktą? (Vyrams / moterims? Suaugusiems / vaikams?)**
- **Kur bus naudojamas mano gaminys? (Švietimas? Savipriežiūra? Maisto pramonė?)**
- **Kur gyvena mano tikslinė auditorija? (Miestas / kaimo vietovė? Ar gali būti naudojamas visur?)**
- **Kaip mano gaminys gali pasiekti klientą (ar jis parduodamas internetu, ar parduotuvėje?)**



Įvertinę savo produktus, galite sukurti strategiją, kaip jūsų produktas pritrauks norimą klientą.

Tai padės jums rasti geriausią būdą reklamuoti savo produktą. Jei jis parduodamas internetu, turėtumėte sukurti įsimintiną interneto svetainę. Sekite tendencijas socialinės žiniasklaidos platformose.

Jūsų produktas turėtų būti lengvai pasiekiamas ir randamas internete. Jei gaminį galima įsigyti parduotuvėje, pakuotė turėtų būti "žvaigždė". Nuo to priklauso, ar produktas sudomins klientą. Pakuotė turi būti orientuota į auditoriją, kurią norite pritraukti (animaciniai dizainai vaikams ir pan.).

## Skaitmeninis viešumas ir SEO

Skaitmeninis viešumas yra labai svarbus bet kuriai įmonei. Šiandien skaitmeninis pasaulis yra viena didžiausių ir lengviausiai prieinamų rinkų. Be to, žmonės dabar labiau nei bet kada anksčiau yra linkę apsipirkti internetu. Turint produktą, kurį galima įsigyti internete, klientų ratas atsivers didesniu mastu. Galimybė produktą įsigyti internete sukuria tikimybę jūsų verslą perkelti į tarptautinę rinką.

Maža to, internetinis potencialas yra patogesnis klientui; jis gali pirkti ir tyrinėti produktą neišeidamas iš namų.

Buvimas skaitmeninėje erdvėje taip pat yra puikus būdas stebėti konkurentus; Veiksmingai galite stebėti metodus, kuriais kiti tobulina savo viešumą internete, tai gali būti įkvėpimo šaltinis jums. Sukūrus sėkmingą internetinę asmenybę vieną dieną galėsite tapti pavyzdžiu ir kitiems - šioje veikloje besimokantysis turės vertingą indėlį!

COVID-19 pandemija privertė verslininkus prisitaikyti prie interneto pasaulio ir kurti savo skaitmenines svetaines, Tai lėmė labai konkurencingą interneto rinką.



Todėl naudojami tokie dalykai kaip SEO (optimizavimas paieškos sistemoms). Pagrindinis jos tikslas - pasiekti, kad interneto svetainė atkreiptų dėmesį žmogaus, kuris ieško informacijos, produktų ar paslaugų. SEO naudojimas kasdien tampa vis svarbesnis, nes kartu su juo auga ir svetainių apsilankymų skaičius.

Kai žmonės naudojami paieškos sistema, informacija, kuri pastebima pirmiausia, susilaukia dėmesio. Klientas paieškos metu retai ketina pereiti į antrąjį "google" rezultatų puslapį. Norint išvengti šių SEO juodųjų dėmių, verslas privalo naudoti lengvai suformuluojamus žodžius, kitaip atsидurs paieškos antrajame puslapyje.

## Kūrybiškumas

Kūrybiškumo dėka įmonė gali sukurti savo identitetą. Skirtingi požiūriai ir kūrybiniai rezultatai gali padėti surasti ir sukurti klientų ratą. Parduodamo gaminio išvaizda ar naudojimas yra tai, kas pirmiausia patraukė kliento dėmesį, ir tai turėtų būti toliau tobulinama, jei siekiama plėsti verslą.

Kai produktas parduodamas, kūrybiškumą klientas vertina nuo pat pradžių iki sandorio užbaigimo. Svarbiausias yra pirmasis įspūdis. Pavyzdžiui, reklamos turėtų būti skirtos konkrečiai auditorijai, jos turėtų būti lengvai suprantamos, įsimintinos ir patrauklios. Jei potencialiems klientams patiks reklama, jie gali ieškoti internete, kad sužinotų daugiau apie produktą. Jūs ir auklėtinis galite aptarti šį procesą.

Interneto svetainės kartais gali labai nuvilti įmones, nes jose gali būti sudėtinga naršyti, o pateikiama informacijos apie patį produktą yra per mažai. Žinoma, labai svarbu sutelkti dėmesį į vizualinę svetainės pusę; būtent dėl to gaminys ir įmonė bent jau atrodytų profesionalūs.

**Galiausiai, kur pastebimas ir reikalingas kūrybiškumas - tai galutinis produktas. Kai žmonės gauna produktą, jis turi būti būtent toks, už kokį jie sumokėjo. Svarbu net pakuotė, kurioje produktai pateikiami. Bendra gaminio išvaizda turi sužavėti.**

### Kodėl nepalyginus susižavėjimo išpakuojuant produktus "YouTube" vaizdo įrašuose?

Po sukurto pirmo įspūdžio klientas nuspręš apie pakartotinį produkto įsigijimą. Jei nebus susižavėjimo, kai bus pristatytas produktas, nebus dažnų pirkėjų, o tik vienkartiniai klientai.



# 6 dalis - Praktinis įsitraukimo ir mentorystės modelis



## Įsitraukimo ir mentorystės priemonės

Norint, kad "Ace Youth" mentorių ir auklėtinių įsitraukimo programa būtų maksimaliai naudinga, reikia daug dėmesio skirti veiklos struktūrai, kad visi gautų naudos iš bendro užsiėmimo. Tolesniuose puslapiuose rasite patarimų ir išteklių, kurie padės palaikyti mentoriaus ir besimokančiojo santykius. Tai yra pedagoginių išteklių susitikimas su struktūrine programa, kurią bandys įgyvendinti partnerystė.

### Įdarbinimo dienoraštis

Įsitraukimo dienoraštyje auklėtiniai gali fiksuoti atliktas užduotis ir pareigas, įgūdžius, kuriuos įgijo per mentorystės patirtį, taip pat apmąstyti savo asmeninę patirtį.

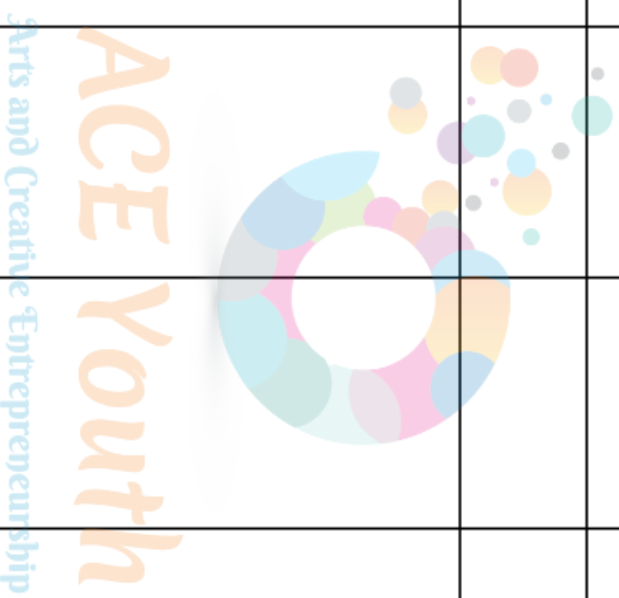
Su tuo supažindinsite pirmąją įtraukiančios mentorystės programos dieną:

Bet kuriame įdarbinimo dienoraštyje turi būti tam tikra esminė informacija:

- Atliktos kasdienės užduotys
- Kasdieniai mokymasis
- Kasdieniai rūpesčiai, sunkumai ir problemos, su kuriomis susiduriama.
- Praktikuojami arba ugdomi įgūdžiai, pvz:
  1. bendravimas
  2. kritinis mąstymas
  3. kūrybinis mąstymas
  4. komandinis darbas
  5. planavimas ir (arba) organizavimas
  6. laiko valdymas
  7. darbo kompiuteriu įgūdžiai
  8. orientacija į klientą
  9. iniciatyvumas ir savarankiškumas



| Student's name:  |  | MON | TUE | WED | THU | FRI |
|--|--|-----|-----|-----|-----|-----|
| Tasks completed  |  |     |     |     |     |     |
| What I learned   |  |     |     |     |     |     |
| Troubles, issues   |  |     |     |     |     |     |
| Skills practised or developed:   |  |     |     |     |     |     |
| <ul style="list-style-type: none"> <li><input type="checkbox"/> communication</li> <li><input type="checkbox"/> critical thinking</li> <li><input type="checkbox"/> creative thinking</li> <li><input type="checkbox"/> teamwork</li> <li><input type="checkbox"/> planning / organising</li> <li><input type="checkbox"/> time management</li> <li><input type="checkbox"/> computer skills</li> <li><input type="checkbox"/> customer focus</li> <li><input type="checkbox"/> initiative and independence</li> </ul> |  |     |     |     |     |     |



2020-3-TR01-KA205-097137



Co-funded by the  
Erasmus+ Programme  
of the European Union



# "Ledlaužis" mentorystei

Po pirmojo mentoriaus ir auklėtinio pasisveikinimo ši veikla yra pirmas žingsnis į naują patirtį; ji suteikia greitą šuolį į priekį ir padeda palengvinti bendravimą. Ledų laužymas padeda visiems labai greitai susipažinti, o tai sudaro sąlygas bendram komandiniam darbui ir abipusiam bendradarbiavimui. Darbo patirties ir mentorystės scenarijaus atveju veiksmingas "Ledlaužis" gerokai padidins praktikanto motyvaciją ir įsitraukimą.

## Pavyzdys.1 - "Prarastasis"

Kaip ir garsiajame Tomo Henko filme, visi laikomi pasiklydusiais ir atsidūrusiais negyvenamoje saloje ir prašomi apibūdinti vieną daiktą, kurį pasiimtų į salą, ir kodėl. Šis žaidimas yra komandos formavimo ir susipažinimo ledlaužis.

## Pavyzdys.2 - Apibūdinkite paveikslėlį

Tai komandos formavimo žaidimas, kurio metu kiekvienas grupės narys turi apibūdinti jam pateiktą paveikslėlį. Paveikslėliai šiam žaidimui gali būti iš vaikiškų knygelių arba komiksų: šaltinį galite pasirinkti pagal tikslą. Jie turi savais žodžiais apibūdinti tai, kas vyksta.

## Pavyzdys.3 - Pasitikėjimo pasivaikščiojimas

The Trust Walk is a popular team-building activity that helps people practice trusting each other. As a leader, you'll guide a blindfolded partner around obstacles using verbal or nonverbal instructions. After the activity, ask participants to reflect and share what they learned from this experience, using some sample questions such as:

**1. Koks jausmas buvo būti "gidu" ir būti visiškai atsakingam už savo partnerio saugumą?**

**2. Ar turėjote sunkumų pasitikėti partneriu užrištomis akimis? Kodėl?**

**3. Kodėl svarbu pasitikėti komandos draugais?**

**4. Kaip jautėtės po to, kai jūs ir jūsų komandos draugas sėkmingai pasitikėjote vienas kitu, kad atliktumėte kažką sudėtingo?**

## Tolesni veiksmai ir apmąstymai

Tai svarbiausia bet kokios veiklos dalis: suplanavus ir įgyvendinus įtraukiančią mentorystę, reikia ją apmąstyti, atlikti tolesnę stebėseną, kurios metu būtų nagrinėjama planuoto ir faktinio įgyvendinimo pažanga ir, jei reikia, koreguojama taikant tinkamas atsakomąsias priemones.

Šiame "Ace Youth" mentorystės projekte nuo pat pradžių turėtų būti aiškiai suformuluoti tikslai ir veiklos planas jiems pasiekti. Tačiau viskas niekada tiksliai neatitinka mūsų lūkesčių, ir kažkas gali nutikti ne taip, kaip tikėjomės. Pavyzdžiui, vienas iš aspektų gali būti ne visiškai patenkinamas, kas nors, kas nepriklauso nuo jūsų kontrolės ar lūkesčių: bet kuriuo iš šių atvejų pažangos sekimas ir tinkamos korekcijos yra vienintelis raktas į galutinių tikslų pasiekimą. Apmąstydami galime nustatyti kliūtis, kurios galbūt trukdo ugdytiniams pasiekti šešėliavimo tikslus. Pagrindinės tendencijos galėtų būti tokios: nepakankamas akademinio žodyno išmanymas, ribotas susidūrimas su tekstais ir galimybių praktikuoti įgūdžius trūkumas.

Pagrindinė tolesnio darbo patirties stebėjimo priemonė yra vertinimo klausimynai, kurie taikomi ir praktikantui, ir darbdaviui, kad būtų galima geriau įvertinti faktinę padėtį.

| Placement follow-up chart |     |     |     |    |   |
|---------------------------|-----|-----|-----|----|---|
| STUDENT:                  |     |     |     |    |   |
| Week nr:                  |     |     |     |    |   |
| Targets of the week       | ☆☆☆ | ☆☆☆ | ☆☆☆ | ☆☆ | ☆ |
| Target 1                  |     |     |     |    |   |
| Target 2                  |     |     |     |    |   |
| Target 3                  |     |     |     |    |   |
| .....                     |     |     |     |    |   |
| Proposals for improvement |     |     |     |    |   |

| Placement follow-up chart |     |     |     |    |   |
|---------------------------|-----|-----|-----|----|---|
| EMPLOYER:                 |     |     |     |    |   |
| Week nr:                  |     |     |     |    |   |
| Targets of the week       | ☆☆☆ | ☆☆☆ | ☆☆☆ | ☆☆ | ☆ |
|                           |     |     |     |    |   |
|                           |     |     |     |    |   |
|                           |     |     |     |    |   |
|                           |     |     |     |    |   |
| Proposals for improvement |     |     |     |    |   |

Kad būtų užtikrintas tinkamas ir nuolatinis tolesnis darbas, iš anksto nustatomi atitinkami orientyrai (pvz., savaitiniai ir mėnesiniai tikslai).

Jei nesusitarsime dėl aiškių ir lengvai įvertinamų orientyrų, nebus garantijos, kad tolesni veiksmai bus veiksmingi, ir galiausiai nebus garantijos, kad bus pasiekti galutiniai darbo patirties tikslai. Gana dažnai orientyrai nėra išmatuojami skaičiais: todėl visada rekomenduojama pasiūlyti 1-5 reitingą, kad būtų galima įvertinti, kiek tie orientyrai iki šiol buvo patenkinami.

## Apžvalginiai klausimai

Be tolesnių priemonių, kurias trumpai pristatėme anksčiau, visuomet verta įvertinti, ar patenkinti esate mentorystės metu atliktu darbu. Daugelis organizacijų sukūrė savo apžvalgos klausimynus, leidžiančius surinkti reikšmingą grįžtamąjį ryšį, kad suprastų, kaip pagerinti auklėtinių įsitraukimą, motyvaciją ir aktyvumą.

Dažniausiai naudojami įrankiai, pagrįsti pasirinktiniais klausimais arba šablonais. Apklausos gali būti anoniminės arba identifikuotos, taip pat galite nustatyti, kad jos pasikartotų automatiškai.

Labai vertinga gauti sąžiningų įžvalgų nepažeidžiant anonimiškumo. Jūsų globotinių privatumas yra gerbiamas, o jūs gaunate išsamų supratimą apie jų poreikius ir galite įžvalgas paversti veiksmais.

Apžvalginiai klausimai taip pat skirti padėti vadovams ir mentoriams tikslingai aptarti veiklos rezultatus. Peržiūros - tai galimybė vertingai pasikalbėti, pasidalyti prasminga grįžtama informacija, suderinti veiklos lūkesčius, aptarti tikslus ir sukurti veiksmų planą, kad šie tikslai taptų realybe.

Mentoriaus požiūriu, puikūs peržiūros klausimai - tai būdas pasisakyti už savo darbo rezultatus, išsakyti bet kokias problemas ar poreikius, gauti grįžtamąjį ryšį ir pasidalyti karjeros tikslais su mentoriumi. Mentoriumi informuojant apie savo asmeninius ir profesinius poreikius, auklėtinis gali greičiau ir veiksmingiau pasiekti kitą karjeros lygį.



## Kontrolinių klausimų pavyzdžiai besimokantiejiems

### Kokiu savo indėliu labiausiai didžiuojatės per šį laikotarpį?

Šis klausimas leidžia auklėtiniams apmąstyti savo ankstesnę veiklą, atskleisti savo stipriąsias puses ir pabrėžti galimas augimo sritis. Atsakymas suteiks jų mentoriui daugiau konteksto apie tai, kaip auklėtiniai vertina savo veiklą ir kokią veiklą jie laiko prasminga. Be to, tai galimybė asmeniui apmąstyti savo vaidmenį ir pasididžiuoti savo darbu, o tai gali būti naudinga moralės požiūriu.

### Kokia mėgstamiausia ar mažiausiai mėgstama jūsų vaidmens dalis?

Šis klausimas leidžia auklėtiniams pabrėžti, kas jiems patinka ir kas nepatinka jų dabartinėje mentorystės patirtyje. Šie atsakymai mentoriui leidžia suprasti, su kokiais sunkumais ar pasikartojančiais trukdžiais jis susiduria, taip pat leidžia sužinoti, kokie patirties aspektai patinka besimokančiajam. Ši informacija gali padėti mentoriui imtis veiksmų, kad pagerintų savo auklėtinio patirtį ir padarytų šį vaidmenį malonesnį (ar bent jau pakenčiamesnį) dabartiniam ir būsimam auklėtiniui.

### Kokie jūsų asmeniniai ir profesiniai tikslai?

Šį klausimą verta įtraukti į kiekvieną veiklos vertinimą ir savianalizę. Atsakymas į šį klausimą ne tik naudingas jūsų vadovams, bet ir padeda jūsų auklėtiniams apmąstyti savo veiklą ir pasitikrinti, kur jie nori tobulėti profesinėje srityje.



## Interviu su verslo savininku

Verslo savininkas ar verslininkas mentorius gali duoti interviu dėl įvairių priežasčių, pavyzdžiui, norėdamas reklamuoti savo verslą pristatydamas savo įmonę naujiems vartotojams.

Tačiau mentoriams ir verslo savininkams taip pat gali būti naudinga pasiruošti prieš pokalbį ir nustatyti, kaip jie gali aptarti įvairias savo verslo sritis ir pabrėžti tam tikras savo įmonės savybes ar vertybes.

Geras pokalbis su verslo savininku gali padėti rasti tinkamą vietą ir užtikrinti, kad auklėtinis atsidurtų tinkamoje vietoje, taip sukuriant optimalias sąlygas sėkmingai mentorystei.

Yra šimtai galimų klausimų ir dar daugiau jų variantų; kitame puslapyje pasiūlysimė keletą pagrindinių klausimų, suskirstytų pagal temas.

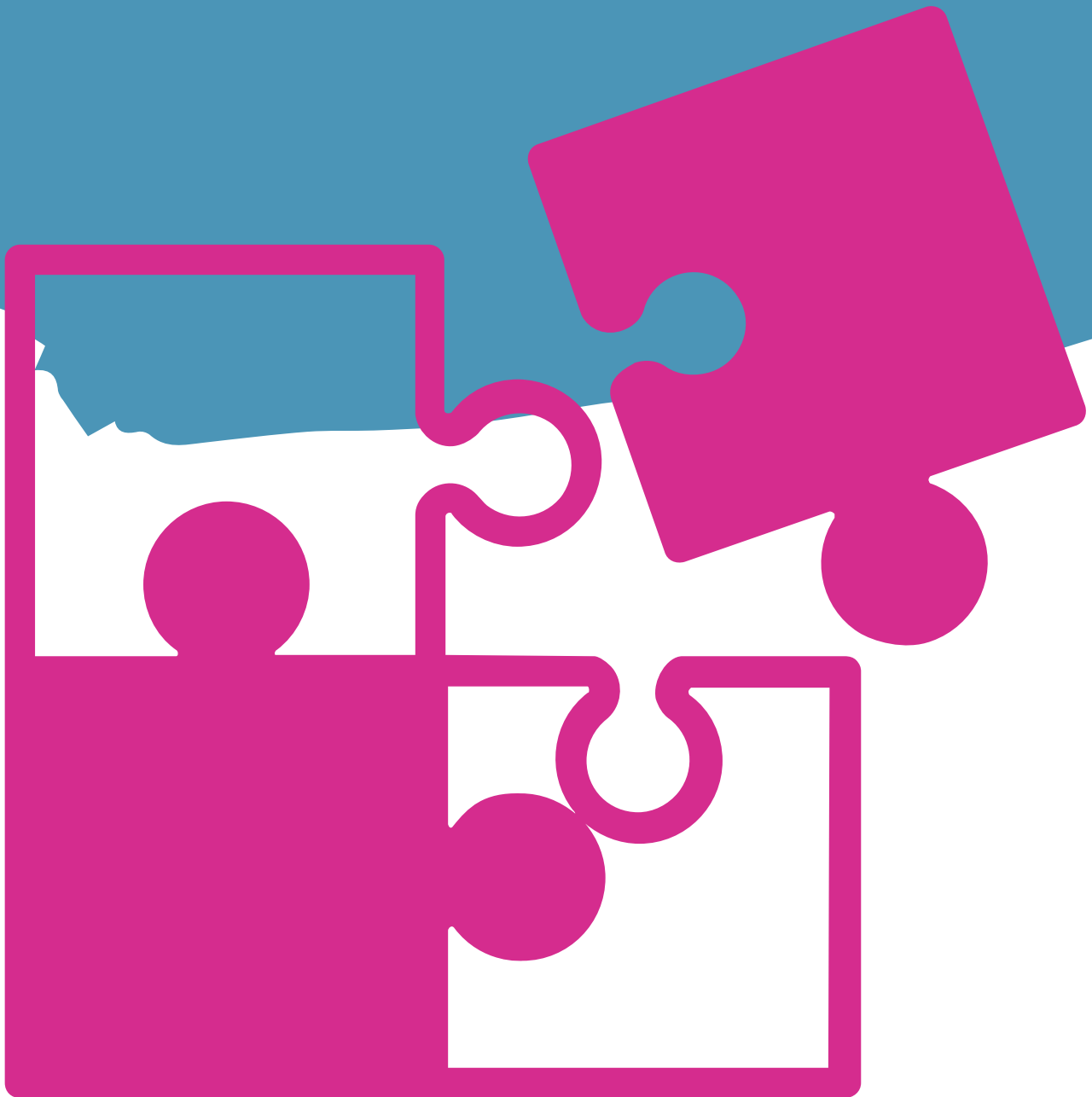
| <b>Bendriniai klausimai</b>   | <b>Patirtis ir pagrindai</b>   | <b>Detalūs klausimai</b>   | <b>Operaciniai klausimai</b>  |
|---|--|--|---|
| <ul style="list-style-type: none"><li>• Kada pradėjote savo verslą?</li><li>• Kodėl nusprendėte tapti verslo savininku?</li><li>• Kokia buvo jūsų misija įmonės veiklos pradžioje?</li><li>• Kiek darbuotojų turi jūsų įmonė?</li><li>• Kokias paslaugas ar produktus siūlote?</li><li>• Kaip reklamuojate savo verslą?</li><li>• Kokie yra jūsų įmonės tikslai?</li><li>• Kas lėmė, kad nusprendėte steigti šios pramonės šakos įmonę?</li></ul> | <ul style="list-style-type: none"><li>• Kiek laiko dirbate verslo valdymo srityje?</li><li>• Ar prieš tai vadovavote kokioms nors įmonėms?</li><li>• Ar jūsų įmonė taiko kokį nors atlygį už veiklos rezultatus?</li><li>• Ar turite ankstesnės patirties savo rinkoje arba pramonės šakoje?</li><li>• Kaip gaunate klientų rekomendacijas?</li><li>• Kokius pokyčius atlikote savo verslo strategijoje per pastaruosius kelerius metus?</li></ul> | <ul style="list-style-type: none"><li>• Kaip sugalvojote savo įmonės pavadinimą?</li><li>• Kaip apibūdintumėte savo įmonės darbo kultūrą?</li><li>• Ar jūsų įmonė teikia paramą bendruomenei?</li><li>• Kuo unikali jūsų įmonė?</li><li>• Kokio tipo korporacija yra jūsų įmonė?</li><li>• Kiek laiko kasdien skiriate darbui savo versle?</li><li>• Kiek laiko prireikė, kad jūsų įmonė uždirbtų pelną?</li></ul> | <ul style="list-style-type: none"><li>• Kaip atrodo įprasta diena jūsų įmonėje?</li><li>• Kaip valdote santykius su klientais?</li><li>• Kaip deleguojate užduotis?</li><li>• Su kokiais iššūkiais susidūrėte kurdami savo produktą?</li><li>• Kokių savybių ieškote naujiems darbuotojams?</li><li>• Kas yra jūsų pagrindiniai konkurentai jūsų rinkoje?</li></ul> |

See the next page for printable version

| Bendriniai klausimai   | Patirtis ir pagrindai   | Detalus klausimai  | Operaciniai klausimai  |
|--|---|--|--|
| <ul style="list-style-type: none"> <li>• Kada pradėjote savo verslą?</li> <li>• Kodėl nusprendėte tapti verslo savininku?</li> <li>• Kokia buvo jūsų misija įmonės veiklos pradžioje?</li> <li>• Kiek darbuotojų turi jūsų įmonė?</li> <li>• Kokias paslaugas ar produktus siūlote?</li> <li>• Kaip reklamuojate savo verslą?</li> <li>• Kokie yra jūsų įmonės tikslai?</li> <li>• Kas lėmė, kad nusprendėte steigti šios pramonės šakos įmonę?</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Kiek laiko dirbate verslo valdymo srityje?</li> <li>• Ar prieš tai vadovavote kokioms nors įmonėms?</li> <li>• Ar jūsų įmonė taiko kokį nors atlygį už veiklos rezultatus?</li> <li>• Ar turite anksčiau patirties savo rinkoje arba pramonės šakoje?</li> <li>• Kaip gaunate klientų rekomendacijas?</li> <li>• Kokius pokyčius atlikote savo verslo strategijoje per pastaruosius kelerius metus?</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Kaip sugalvojote savo įmonės pavadinimą?</li> <li>• Kaip apibūdintumėte savo įmonės darbo kultūrą?</li> <li>• Ar jūsų įmonė teikia paramą bendruomenei?</li> <li>• Kuo unikali jūsų įmonė?</li> <li>• Kokio tipo korporacija yra jūsų įmonė?</li> <li>• Kiek laiko kasdien skiriate darbui savo versle?</li> <li>• Kiek laiko prirėikė, kad jūsų įmonė uždirbtų pelną?</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Kaip atrodo įprasta diena jūsų įmonėje?</li> <li>• Kaip valdote santykius su klientais?</li> <li>• Kaip deleguojate užduotis?</li> <li>• Su kokiais iššūkiais susidūrėte kurdami savo produktą?</li> <li>• Kokių savybių ieškote naujiems darbuotojams?</li> <li>• Kas yra jūsų pagrindiniai konkurentai jūsų rinkoje?</li> </ul> |



# Apibendrinimas



## ACE Youth - Apibendrinimas

"Ace Youth" pedagogikos priemonių rinkinys, skirtas vyresniesiems verslininkams ir lyderiams, padės suvienyti kartas abipusiai naudingoje ir holistinėje mentorystės programoje. Priemonių rinkinyje aptariami moduliai ir pagrindinės verslo sritys yra struktūra ir centrinis taškas, padedantis mentoriui ir auklėtiniui žengti sudėtingu verslo mentorystės keliu.

Kurdami šią medžiagą ir visą projektą nustatėme, kad struktūra yra labai svarbi tiek mentoriui, tiek auklėtiniui, todėl "Ace Youth Pedagogy Toolkit" buvo sukurtas taip, kad į jį būtų įtrauktos priemonės, pratimai ir kita apmąstymams skirta medžiaga, kuri užtikrins, kad kiekvienas gautų naudos iš pasinėrimo į verslą laikotarpio.

Taip pat padarėme išvadą, kad pernelyg dažnai, ypač dirbant šešėlinį darbą, mokinys gali jaustis kaip atsarginė dalis, kuri trukdo, o kartais jam skiriamos beprasmės ar menkavertės užduotys, kad jis būtų užimtas. Šis priemonių rinkinys taip pat yra veiksminga priemonė, padedanti to išvengti ir užtikrinanti, kad mokinys galėtų imtis iniciatyvos ir dalintis savo įgūdžiais.

Projekto "Ace Youth" konsorciumas, asocijuoti partneriai ir kiti vietos suinteresuotieji subjektai yra įsitikinę, kad "Ace Youth" pedagogikos priemonių rinkinys taps tvaria priemone, padėsiančia būsimums stažuotėms, mentoriams ir mokiniams.

Pagal apibrėžtą mentorystę reiškia kažką daugiau nei tik stažuotojo priėmimą ar stažuotę. Partneriai nustatė, kad suteikti jaunam žmogui erdvę patirti, mokytis ir apmąstyti tam tikrą laikotarpį yra vienas iš veiksmingiausių, jei ne pats veiksmingiausias, būdas suteikti įmonei pridėtinę vertę, ypač pilietiniame, kultūros ir kūrybos sektoriuose.

Kviečiame visus vyresnius verslininkus, kultūros ir kūrybines organizacijas pasinaudoti projekto "Ace Youth" ištekliais ir pasinaudoti įgūdžių dalijimosi ir naujos verslininkų bei lyderių kartos formavimo programa.







With the support of the  
Erasmus+ Programme  
of the European Union

2020-3-TR01-KA205-097137



# ACE Youth

Arts and Creative Entrepreneurship

[www.aceyouth.eu](http://www.aceyouth.eu)

